

Capítulo 4.

Estado del arte de la lectura en dispositivos móviles en los profesionales de información de la República Argentina

Diana R. Rodríguez Palchevich (Argentina)

Yanina González Terán (Argentina)

Dante A. Moreno (Argentina)

1. Contextos políticos y tecnológicos nacionales (por Dante Moreno)

Todos conocen como iniciamos el milenio y que hicimos en la década pasada en Argentina. Tras la fracasada experiencia mercado-céntrica de los 90, se inicia y avanza por necesidad hacia un modelo estado-activo o estado-presente, que aún no se ha terminado de encauzar. Si algo caracterizó a la sociedad en los comienzos del SXXI fue una movilidad social en contextos reales de incertidumbre, violencia, y destrucción del tejido social y la matriz productiva. Una dinámica social que ejerció obligadamente acciones a su forma emprendedoras, innovadoras, siempre en la búsqueda de objetivos individuales y colectivos superadores. A medida que la inclusión económico-social fue incorporando a los excluidos y permitiendo a los incluidos satisfacer sus necesidades básicas, la sociedad Argentina fue adoptando servicios y dispositivos tecnológicos. Estos les fueron habilitando la participación en contextos de movilidad a un ritmo de crecimiento exponencial.

Testimonio de este proceso es la evolución de la telefonía móvil, que en el año 2000 con más de 10 años de presencia en el país, presentaba aproximadamente 6 millones de terminales en servicio. Tan sólo 8 años después ya superaba

los 47 millones (CNC, 2009). A inicio de 2011 la cantidad de líneas de telefonía móvil sobrepasaba los 52 millones (Convergencia Research, 2011).

Una de las grandes debilidades del país, respecto del esfuerzo por minimizar la brecha tecnológica, avanzando en la inclusión digital por múltiples frentes, era la baja o nula participación de la industria nacional en la producción de dispositivos electrónicos para las TIC. La Ley 26.539 de Impuestos internos (Congreso de La Nación, 2009) resistida por algunos sectores y alentada por otros fue promulgada hacia finales de 2009. Con ella se inicia un cambio en el escenario y los fabricantes de productos electrónicos de Tierra del Fuego, favorecidos por la norma, comienzan producir.

Al principio expectantes y luego con una dinámica creciente, alentados por la demanda (Tossi, 2009) y el traslado a la isla de la producción internacional para el mercado Argentino, de parte de productores líderes de dispositivos. Ya se ha producido el inicio de un proceso de sustitución de importaciones que evoluciona día a día, incorporando nuevos actores y generando más diversidad y cantidad de dispositivos.

En la telefonía móvil este proceso llevó a que en el primer semestre del año 2010 se incrementara en



DIANA ROSA RODRÍGUEZ PALCHEVICH es Máster en Documentación Digital por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (España); Licenciada en Biblioteconomía y

Documentación por la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina).

Actualmente se dedica al asesoramiento y a la capacitación profesional en nuevas tecnologías de información. Trabaja además en la Comisión Nacional de Comunicaciones CNC de la República Argentina.

Ha participado como expositora en numerosos congresos y eventos nacionales e internacionales, así como publicado artículos académicos en repositorios y revistas digitales especializadas.

Su página personal: www.dianarodriguez.info

un 12,2 por ciento la venta de teléfonos, respecto al mismo periodo del año 2009. Este crecimiento se dio en un periodo donde las importaciones de estos dispositivos cayó un 17,3 por ciento debido a que en Tierra del Fuego creció el ensamble de estos equipos. Un importante número de empresas han comenzado a producir por sí o en asociación con plantas de la isla, entre ellas Alcatel, Samsung, TCL, LG, Nokia, Brighstar y Newsan reduciendo fuertemente y año a año la importación, e incrementando en forma aún más pronunciada el armado y venta en el mercado interno (54-9, 2011).

Las proyecciones son que hacia fin del año 2011 Argentinasobrepasarálos54millonesdeteléfonos móviles y que aproximadamente el 20 por ciento serán teléfonos inteligentes. Si bien al finalizar el segundo trimestre de 2011 se han reducido un 22 por ciento los costos de estos dispositivos (Accurso, 2011), es esperable que hacia fin de año se reduzcan aún más los mayores costos, que a igual producto internacional, pagan los argentinos; como también que crezca el aporte de valor agregado sobre dicha producción.

Esta breve descripción del cambio de escenario en la telefonía móvil sirve para verificar la existencia de:

- a) una sociedad que en la medida del acceso al trabajo y la percepción de una economía estable y creciente invierte en dispositivos y servicios tecnológicos personales;
- b) una industria nacional con capacidad de confeccionar dispositivos que habilitan la lectura móvil;
- c) un estado involucrado en el ciclo de atracción de empresas, producción de tecnología, infraestructuras y servicios y
- d) una infraestructura de servicios de comunicaciones, en manos de empresas privadas, que ya provee una importante cobertura de servicios y contenidos en las áreas más densamente pobladas del país.

Varias de las empresas mencionadas y otras como Banghó (Banghó, 2008), BGH y Huawei ya han comenzado a confeccionar tabletas en Tierra del Fuego. La variedad y capacidades

de todo tipo crecen de la mano de cada nuevo anuncio de las marcas que operan en el país.

La lectura digital no será el único ni principal motor de las ventas de estos dispositivos. Quienes se decidan a adquirirlas buscarán, según su necesidad y expectativas, capacidades de conectividad a redes móviles, WiFi y TV digital; acceso a Internet; gestión de e-mail; grabación y reproducción de audio y video de alta definición, participación en redes sociales, acceso a tiendas de aplicaciones, buen desempeño de los videojuegos y alta resolución de cámaras digitales, tanto fotográficas como para participar de videollamadas.

2. Importancia del acceso móvil a la información (por Yanina González Terán)

El acceso a la Web desde un dispositivo móvil se realiza desde un contexto diferente del que podría tenerse con una computadora de escritorio. En una situación de movilidad, el entorno físico hace de interfaz donde el usuario está haciendo su actividad primaria mientras utiliza el móvil (Cobo Romaní, 2007)

A diferencia de otros aparatos que facilitan el acceso a Internet y a los contenidos que ofrece la Web en general, la ubicuidad es la característica cuasi exclusiva que proporcionan los dispositivos móviles. Las premisas son: acceso, disponibilidad e inmediatez de datos, en cualquier lugar y en cualquier momento o situación.

La captura de contenidos desde el punto de inspiración (Cobo Romaní, 2007), es quizás una de las experiencias más ricas y productivas en una situación de movilidad: los datos que necesita un usuario, en el momento y lugar donde se encuentre.

El usuario demanda simplicidad, inmediatez y variedad en la oferta de servicios y productos de información, y los dispositivos móviles resuelven en poco peso y dimensiones el acceso a los contenidos que busca y necesita.

3. Desafío que significa para los profesionales de la información (por Yanina González Terán)

Según Arroyo Vázquez, si la conectividad no

existe, falla o no es suficientemente rápida la experiencia de uso se verá resentida (Arroyo Vázquez, 2011). A ello sumamos, la necesaria adaptación o diseño de productos y servicios de información para que los datos sean ubicuos y accesibles.

Los profesionales de la información no sólo deben pensar en los contenidos per se para la comunidad de usuarios, donde la selección y procesamiento de la información seguirán siendo importantes para la eficiente recuperación, a esto sumamos la forma en que serán presentados y accedidos desde diferentes dispositivos. El desafío será trabajar y colaborar en el diseño y reciclaje de productos y servicios existentes que serán ofertados con una nueva variable: la movilidad. Debemos hacer portables los catálogos y otros productos y servicios de información a través de la Web.

Si el usuario busca inmediatez y usabilidad, la clave en el diseño de servicios y productos será desarrollar interfaces minimalistas, despojadas de accesorios gráficos y estéticos, acordes con dispositivos pequeños y de bajo peso.

4. Metodología

La encuesta se denominó: Expectativas y experiencias sobre la lectura electrónica en los profesionales de información argentinos y se mantuvo en línea desde el 11 de abril hasta el 6 de julio de 2011, estimulándose a su participación a través de listas de correo para profesionales de la información, como así también por las redes sociales, Facebook, Twitter y LinkedIn.

Los profesionales argentinos que lo desearon pudieron responder de forma anónima, varias preguntas cerradas acerca de sus:

1. datos personales y profesionales: sexo, edad, formación, área y modalidad de desempeño de la profesión
2. hábitos de lectura digital: propósitos, formatos, dispositivos utilizados, modalidad de acceso (de pago, gratuito), portabilidad y conservación del material (descarga, impresión)
3. opiniones y preferencias sobre los dispositivos móviles de lectura: tipos de dispositivos utilizados,

hábitos de uso, necesidad, deseos y factibilidad de adquisición.

4. sugerencias de acciones públicas y privadas de promoción y el desarrollo de la lectura digital en dispositivos móviles en la República Argentina

Tanto el formulario de encuesta como el análisis de las respuestas fueron confeccionados utilizando las suites ofimáticas Google Docs y OpenOffice.

5. Encuesta

Problema

El desarrollo vertiginoso de las comunicaciones ha extendido y modificado sustancialmente muchos aspectos de la vida, especialmente aquellos en los cuales contar con determinada información mientras nos trasladamos de un lugar a otro, resulta necesario o simplemente, facilita las cosas. Se habla entonces no sólo de comunicaciones móviles, sino de información móvil. Hoy se puede trabajar, estudiar, reservar pasajes, hacer trámites o consultar el estado de la cuenta bancaria, desde el transporte público y camino a casa, por ejemplo.

En Argentina todavía no se han realizado estudios puntuales sobre la información móvil en relación con los profesionales de la información, no obstante ser ellos precisamente los encargados no sólo de gestionar, producir, difundir, administrar y facilitar la información, sino también de formar en su uso provechoso y estratégico, tanto a nivel personal como social

Considerando además que tanto la distribución equitativa de la información así como su efectivo aprovechamiento, son pilares para el desarrollo de un país, resulta fundamental en la formulación de políticas públicas de información, el contar con datos que reflejen la realidad del estado de evolución y adecuación tecnológica de los profesionales de información.

De la ausencia de información mencionada y de la importancia de contar con respuestas para la misma, se desprende el objetivo de la encuesta:

Objetivo

Conocer las actitudes, hábitos y experiencias de lectura en dispositivos móviles, de los profesionales de información argentinos: periodistas, bibliotecarios, documentalistas, consultores, gestores de información, archivólogos, museólogos, analistas de información y arquitectos de información.

Universo

El universo de profesionales de información argentinos es heterogéneo y desconocido, dadas la amplitud, variedad y desigual estado de normalización, colegiación y profesionalización de los sectores encuestados: periodistas, bibliotecarios, documentalistas, consultores, gestores de información, archivólogos, museólogos, analistas de información y arquitectos de información.

6. Resultados

Para otorgar mayor agilidad y facilidad de lectura al artículo, en este apartado sólo se informará y comentarán los resultados de la encuesta.

Cantidad de profesionales que respondieron la encuesta: 129.

La mayoría de los encuestados tiene entre 41 y 55 años (42%), pertenece al sexo femenino (71%), desarrolla su actividad en el área de la bibliotecología (69 %), posee formación universitaria completa (37%) y se dedica a su tarea en relación de dependencia (84%). Respecto del hábito de lectura en formatos digitales, la mayoría (95%) declaró hacerlo habitualmente.

Los encuestados que no leen en formatos digitales (5% del total) indicaron que no lo hacen porque creen que el formato papel es mejor (70%), sin embargo un alto porcentaje de ellos (67%) considera que la lectura digital es un hábito que quizá le convendría adquirir. Más de la mitad de ellos (57%), declaró que no adquiriría ningún dispositivo digital para leer, pero ante la pregunta de seleccionar uno en caso de decidirse y tener la oportunidad, las computadoras de escritorio y las tabletas fueron las más optadas, con un 9% cada una.

Este dispositivo se destinaría para leer lectura

formativa o académica (97%), mirar videos o televisión (89%) o escuchar audiobooks (86%). Un porcentaje mucho menor adquiriría un dispositivo digital para la lectura recreativa (19%) o enterarse de las noticias (26%).

Por su parte, la mayoría de sí leen habitualmente en formatos digitales, lo hace porque es parte de su trabajo (73 %) y porque considera que la información más actualizada está en Internet (71 %). Estos lectores utilizan en su mayoría una computadora de escritorio (95%), para leer material formativo y académico (85%) como así también los diarios o revistas favoritas (74%). El 71% sólo accede a contenidos gratuitos, mientras un 2%, solamente a contenidos de pago. Respecto a las preferencias en cuanto formatos de archivos digitales, la mayoría (90%) indicó los formatos PDF y HTML de Internet, representando una minoría aquellos formatos específicos para eBooks (15%). Sólo un 39 % de estos lectores adquiriría un dispositivo móvil; en este caso el dispositivo más elegido es una tableta (27%) por razones de comodidad de lectura y portabilidad de la información. Aquellos que no adquirirían un dispositivo móvil (44%) aludieron que no lo necesitan (64%) y que sus costos les resultan prohibitivos (49%).

Cuando debieron responder sobre medidas de estímulo a la lectura digital móvil en Argentina, tanto los lectores como no lectores de material digital, manifestaron que se debería implementar:

- Políticas de educación y formación en tecnologías, a la población en general (73%).
- Medidas de estímulo y difusión de los contenidos digitales argentinos de acceso abierto (69%).
- Mayor estímulo a la producción de contenidos digitales, locales y regionales. públicos y/o privados (58%).
- Políticas de estado de estímulo a la producción local masiva de dispositivos (económicos y de alta gama) (57%).
- Incentivación al desarrollo de contenidos digitales por parte de las universidades argentinas, por ejemplo, las tesis y tesinas (54%).

- Incentivación al desarrollo de contenidos digitales en los eventos académicos y culturales que ocurren en el país (48%).

- Estímulo al desarrollo de contenidos digitales por parte de los fondos editoriales (46%).

La minoría de los profesionales encuestados manifestó la necesidad de implementar:

- Políticas de estímulo al uso y adquisición de los dispositivos (28%).

- Políticas de estado de importación de dispositivos de alta gama (12%).

Si se cruzan las variables Modalidad de desempeño laboral, Área de desempeño profesional, Intención o deseo de adquirir un dispositivo móvil de lectura, Dispositivo digital utilizado y, se obtiene que:

- Quienes ostentan mayores índices de lectura digital son los consultores (100%) y periodistas (95%).

- La mayoría de estos profesionales se desempeña de manera freelance (75%).

- El 45 % ya utiliza dispositivos móviles: smartphones (30%) y tabletas (15%).

- Los aspectos más valorados de los dispositivos móviles son la portabilidad (75%) y la actualidad (63 %) de la información.

Al cruzar las variables Área de desempeño profesional y Tipo de dispositivo móvil a adquirir resulta que:

- Los e-readers resultaron mayormente elegidos por bibliotecarios (42%).

- las tabletas, por los consultores (56%).

- y los smartphones por los periodistas (67%).

7. Conclusiones

La primera situación que surge con fuerza es la escasa cantidad de profesionales de la información que respondieron la encuesta, pese a haber sido ésta promocionada de manera

abierta y profusa a través de las redes sociales, listas de distribución y espacios 2.0 de la Fundación Ciencias de la Documentación.

Por esta razón, estos resultados no deberían ser considerados determinantes para el tema ni para el segmento encuestado. Sí podrían ser considerados útiles, a modo de datos orientadores o disparadores, para otros estudios más profundos sobre el estado del arte de la lectura móvil en la región.

Sin embargo, la autora de la encuesta se considera satisfecha pues ha conseguido algunos resultados iniciales que en cierta manera comenzarían a delinear el estado del arte de la lectura digital móvil por los profesionales de información del país.

En este orden de cosas, se observa un desigual nivel de participación según el área profesional del encuestado. Los bibliotecarios, seguidos por los periodistas y consultores, superan con creces a los museólogos y archivólogos, con una mínima participación.

También llama la atención la diferencia entre el nivel de uso de los dispositivos móviles como medio de lectura, en relación con la modalidad de trabajo. Aquellos encuestados que se desempeñan como profesionales freelance, o en entornos empresariales más abiertos, como los consultores y periodistas, utilizan más los dispositivos móviles que aquellos profesionales que trabajan en relación de dependencia y bajo jerarquías más estrictas, como los bibliotecarios o documentalistas, por ejemplo.

Pareciera además, que el área profesional tendría cierta influencia a la hora de seleccionar un dispositivo móvil sobre otro. Los bibliotecarios se inclinan mayormente sobre los e-readers, mientras los periodistas y consultores, quienes conjuntamente con la portabilidad de información requieren una constante actualización, prefieren los smartphones y las tabletas.

Y respecto de las políticas para el desarrollo de la lectura y gestión móvil de la información en Argentina, la mayoría de los encuestados considera que la formación en el uso provechoso de las nuevas tecnologías así como el fomento de la producción de contenidos digitales de

acceso abierto locales y regionales, deberían ser prioritarios a cualquier medida de estímulo a la producción y adquisición de los dispositivos.

No estaría completo este artículo, si no se mencionase la necesidad de reflexionar e investigar profundamente sobre estos aspectos que hacen al desarrollo no sólo de la lectura móvil, sino a la evolución de la profesión en nuestro país:

1. La necesidad de contar con profesionales de la información proactivos, actualizados y con actitud favorable al cambio.

2. Las causas de la tardía o escasa penetración de las nuevas tecnologías en determinados segmentos de la profesión, como los bibliotecarios, documentalistas, archiveros y museólogos.

3. La relación existente entre la modalidad laboral, el área desempeñada y la actualización profesional.

4. La necesidad de emprender acciones de actualización y formación constante en el buen uso y aprovechamiento de las tecnologías, a todos los sectores de la población argentinas.

8. Bibliografía consultada

54-9 (2011). Samsung reducirá las importaciones y fabricará más en Tierra del Fuego. [en línea]. EN: 54-9. Disponible en URL: <<http://54-9.com.ar/argentina/samsung-reducira-las-importaciones-y-fabricara-mas-en-tierra-del-fuego>>. (último acceso 11 de agosto de 2011)

Accurso. M (2011). Baja el 22% de los smartphome en Argentina. [en línea]. EN: Celularis. Disponible en URL: <<http://www.celularis.com/smartphones/precio-smartphones-argentina.php>>. (último acceso 16 de agosto de 2011)

Arroyo Vázquez, N. (2011). Informe APEI sobre movilidad. [en línea]. Disponible en URL: <<http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/15898/1/informeapeimovilidad.pdf>>. (último acceso 1 de agosto de 2011)

Baeza Yates, R y Rivera Loaiza, C (2002). Ubicuidad y Usabilidad en la Web. [en línea]. Disponible en URL: <<http://www.dcc.uchile.cl/~rbaeza/inf/usabilidad.html>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Banghó. (2008). Banghó lanza la primera Tablet PC de fabricación Nacional. [en línea]. EN: sitio de la empresa. Disponible en URL: <http://www.bangho.com.ar/acerca/prensa.php?id_prensa=14&sbmnu=4>.

Cámara Argentina de Agencia de Medios. (2011). 2010, el año del crecimiento del consumo de los contenidos móviles. [en línea]. Disponible

en URL: <<http://www.agenciasdemedios.com.ar/novedades/actualidad/2010-el-ano-del-crecimiento-del-consumo-de-los-contenidos-moviles/>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

CNC (2009). Evolución y penetración del servicio. [en línea]. Disponible en URL: <http://www.cnc.gov.ar/ciudadanos/telefonía_movil/evolucion.asp#iconsumo>. (último acceso 15 de agosto de 2011).

Cobo Romaní, Cr; Pardo Kuklinski, H (2007). Planeta Web 2.0 : Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food. Cap.6. [en línea]. Disponible en URL: <<http://www.planetaweb2.net/>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Congreso de La Nación (2009). Ley Nacional 26.539. [en línea]. EN: Infoleg. Disponible en URL: <<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/160000-164999/160514/norma.htm>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Comienzan a fabricar celulares blackberry en Argentina. (2011). Ministerio de Industria. Presidencia de la Nación. [en línea]. EN: sitio del Ministerio. Disponible en URL: <http://www.industria.gob.ar/?p=8375>>. (último acceso 2 de agosto de 2011).

Convergencia Research (2011). Mavan Argentina. Monitor Acision de Valor Agregado Móvil [en línea]. Disponible en URL: <<http://www.slideshare.net/fabiocardo/mavam-argentina-04042011-8438873>> (último acceso

12 de agosto de 2011).

Cordón García, J. A. (2010). El final del libro y el principio de la lectura: los libros electrónicos y el fenómeno iPad. [en línea]. EN: Anuario ThinkEPI, 2011, v. 5. Disponible en URL: < <http://www.thinkepi.net/el-final-del-libro-y-el-principio-de-la-lectura-los-libros-electronicos-y-el-fenomeno-ipad>>. (último acceso 1 de agosto de 2011)

Cretazz, J. (2011). La millonaria economía de la movilidad. [en línea]. EN: La Nación del 3 de junio de 2011. Disponible en URL: <http://www.lanacion.com.ar/1378566-la-millonaria-economia-de-la-movilidad>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

El uso de dispositivos móviles crece en la Argentina y entusiasma a los anunciantes. (2011). [en línea]. EN: I-Profesional.com del 11 de abril de 2011. Disponible en URL: < <http://marketing.iprofesional.com/notas/114361-El-uso-de-dispositivos-moviles-crece-en-la-Argentina-y-entusiasma-a-los-anunciantes>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Empresas de Tierra del Fuego tienen proyectos para producir casi 7 millones de computadoras portátiles al año (2011). Ministerio de Industria. Presidencia de la Nación. [en línea]. EN: sitio del Ministerio. Disponible en URL: < <http://www.industria.gob.ar/?p=8540>>. (último acceso 2 de agosto de 2011).

En un año se multiplicó por 7 el crecimiento de la producción electrónica en Tierra del Fuego. (2011). Ministerio de Industria. Presidencia de la Nación. [en línea]. EN: sitio del Ministerio. Disponible en URL: < <http://www.industria.gob.ar/?p=7739>>. (último acceso 2 de agosto de 2011).

Fundación de la innovación. Bankinter (2008). Tecnologías Móviles. Apertura y nuevos modelos de negocio. [en línea]. Disponible en URL: <http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/5986/original/10_tecnologiasmoviles_ES.pdf>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Millán, J. A. Los modos de la lectura digital. [en línea]. Disponible en URL: <<http://www.lalectura.es/2008/millan.pdf>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Oficina Española W3C. Guía breve de la web móvil. [en línea]. Disponible en URL: < <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/webmovil>>. (último acceso 1 de agosto de 2011).

Torres-Salinas, D. (2011) Aplicaciones de los smartphones y la Web móvil en la ciencia y la investigación". [en línea]. EN: Anuario ThinkEPI, 2012, v. 6. Disponible en URL: < <http://www.thinkepi.net/aplicaciones-de-los-smartphones-y-la-web-movil-en-la-ciencia-y-la-investigacion>> (último acceso 1 de agosto de 2011).

Tossi, Pablo (2009). Mercado de smartphones en Argentina. [en línea]. EN: Celularis.com. Disponible en URL: <http://www.celularis.com/mercado/mercado-de-smartphones-en-argentina.php>>. (último acceso 15 de agosto de 2011).